

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

##### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian, metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditekan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>1</sup> Menurut Prasetyo, definisi penelitian kuantitatif adalah sebuah usaha pemeriksaan secara teliti dan menyeluruh dari sebuah fenomena atau masalah dengan menggunakan ukuran yang objektif dengan tujuan mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas munculnya suatu fenomena atau masalah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 7

<sup>2</sup> Rokhmat Subagiyo., *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim'Pubishing, 2017), hlm. 19

Uraian definisi diatas, jenis penelitian pendekatan kuantitatif lebih menekankan atau menitikberatkan pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang disebut dengan variabel. Sehingga pendekatan kuantitatif adalah hubungan atau relasi antar variabel yang akan dianalisis secara obyektif.<sup>3</sup>

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Pada penelitian ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan. Bentuk hubungan antara variabel ada tiga yaitu: simetris, kausal, dan interaktif.<sup>4</sup> Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), loyalitas pelanggan ( $X_2$ ), dan perilaku konsumen ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan menjadi nasabah ( $Y$ ) di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

## **B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian**

### 1. Populasi

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 21

<sup>4</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 11-12

Populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>5</sup> Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Satu orangpun dapat digunakan sebagai populasi, karena satu orang itu mempunyai berbagai karakteristik, misalnya gaya bicaranya, disiplin pribadi, hobi, cara bergaul, kepemimpinannya, dan lain-lain.<sup>6</sup>

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah pembiayaan murabahah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung yang berjumlah 503 orang.

## 2. Teknik Sampling Penelitian

Untuk menentukan sampel digunakan yang namanya teknik pengambilan sampel atau teknik sampling. Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik sampling (teknik pengambilan sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota

---

<sup>5</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 80

<sup>6</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 72

sampel.<sup>7</sup> Sedangkan teknik yang digunakan adalah teknik *simple random sampel* yaitu dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada populasi itu.

### 3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>8</sup>

Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan murabahah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung. Penelitian mengambil sampel 83 responden yang ada di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

Melalui pendekatan statistik, menurut Slovin, yang dikutip oleh Husein Umar, yaitu dapat menentukan rumus sampel dari populasi yaitu<sup>9</sup>:

---

<sup>7</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 73-74

<sup>8</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 81

<sup>9</sup> Ruslan Rosady, *Metode Penelitian : Public relations & komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada , 2004), hlm. 150

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi = 503 responden

e<sup>2</sup> = error level (tingkat kesalahan)

Berdasarkan rumus di atas diketahui populasi sebanyak 503 orang, maka jumlah sampelnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2} = \frac{503}{1 + (503).(0,1)^2} = \frac{503}{6,03} = 83,4 = 83 \text{ sampel}$$

### C. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran

#### 1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Sumber data dimaksudkan semua informasi baik yang merupakan benda nyata, sesuatu yang abstrak, peristiwa/gejala baik secara kuantitatif ataupun kualitatif.<sup>10</sup>

#### 2. Variabel

Menurut Hat dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Kerlinge dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel adalah sifat

<sup>10</sup> Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian : Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), hlm. 44

yang akan dipelajari. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat dirumuskan disini bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup>

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah:

1. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat. Atau variabel ini biasa disebut juga variabel terikat atau variabel tidak bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.
2. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen. Variabel ini sering disebut pula dengan variabel bebas.<sup>12</sup> Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen.
3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap,

---

<sup>11</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 31-32

<sup>12</sup> Rokhmat Subagiyo., *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim'Pubishing, 2017), hlm. 34

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>13</sup> Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

*Skala Likert* ini digunakan untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu obyek, untuk itu skala pengukuran indikator variabel diatas adalah berikut ini:

**Tabel 3.1**  
**Skala Pengukuran Indikator Variabel**

| <b>Pernyataan</b>         | <b>Skor</b> |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5           |
| Setuju (S)                | 4           |
| Netral (N)                | 3           |
| Tidak Setuju (TS)         | 2           |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1           |

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

1. Teknik Pengumpulan Data
  - a. Teknik Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati suatu obyek maupun subyek kemudian dicatat secara sistematis

---

<sup>13</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 92-93

mengenai gejala-gejala yang diselidiki.<sup>14</sup> Penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman gambar, dan rekaman suara.

b. Metode kuesioner (Angket)

Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden kemudian dijawab secara tertulis dan setelah semua pernyataan sudah terjawab pertanyaan tersebut dikembalikan lagi kepada peneliti untuk dianalisa.<sup>15</sup>

c. Teknik Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel / dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan tempat tersebut. Tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua dokumen memiliki kredibilitas yang tinggi.<sup>16</sup>

## **E. Instrumen Penelitian**

Kegiatan penelitian adalah serangkaian kegiatan untuk mengukur sebuah fenomena alam atau sosial. Meneliti dengan menggunakan data yang tersedia lebih tepatnya disebut membuat laporan. Hal ini disebabkan prinsip meneliti

---

<sup>14</sup> Rokhmat Subagiyo., *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim'Pubishing, 2017), hlm. 91

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 85

<sup>16</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 240



adalah mengerjakan pengukuran, maka harus tersedia alat ukur yang baik pula. Dalam penelitian alat ukur disebut juga dengan instrument penelitian. Jadi instrument penelitian adalah suatu alat yang dipakai untuk mengukur fenomena alam ataupun sosial yang diamati.<sup>17</sup>

Pada kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert dengan gradasi jawaban mulai dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk mempermudah penyusunan instrument penelitian, maka perlu digunakan kisi-kisi instrument dengan ketentuan di bawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Instrumen Penelitian**

| No | Variabel Penelitian                | Indikator    | Item Pernyataan  | No Item |
|----|------------------------------------|--------------|--|---------|
| 1  | Kualitas Produk (X1)<br>(Nasution) | Performa     | Produk-produk yang ada di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama masyarakat kecil | 1       |
|    |                                    | Keistimewaan | Produk simpan pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung tidak dikenai ujarah/upah   | 2       |
|    |                                    | Keandalan    | Produk-produk BMT Pahlawan Ngemplak  | 3       |

<sup>17</sup> Rokhmat Subagiyo., *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim'Pubishing, 2017), hlm. 120-121

|   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|----|
|   |   |   | Tulungagung benar-benar membantu perekonomian masyarakat  |    |
|   |   | Konformasi                                  | Dalam implementasi bagi hasil, pembagian keuntungan sesuai dengan yang disepakati di awal perjanjian                                  | 4  |
|   |   | Daya tahan                                  | Jangka waktu perjanjian jatuh tempo pada produk sesuai dengan permintaan anggota di awal perjanjian                                   | 5  |
|   |   | Kemampuan pelayanan                         | Syarat yang diberikan untuk mengajukan permohonan pembiayaan atau simpanan tidak bertele-tele   | 6  |
|   |   | Estetika                                    | Produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sangat membantu masyarakat kecil di sekitarnya   | 7  |
|   |   |   | Produk yang ditawarkan bervariasi/ bermacam-macam   | 8  |
|   |   | Kualitas yang dipersepsikan                 | Produk BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung di rasa dapat membantu memperbaiki perekonomian masyarakat terutama masyarakat kecil         | 9  |
|   |   |   | Banyak keunggulan produk yang di tawarkan   | 10 |
| 2 | Loyalitas Pelanggan (X2) (Jill Griffin) | Melakukan pembelian berulang secara teratur | Saya dapat bergabung menjadi anggota BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dengan mudah tanpa harus adanya syarat-syarat yang menyulitkan | 11 |
|   |   |   | Saya bertahan menjadi anggota BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung, karena produk dan pelayanannya yang baik dan memuaskan               | 12 |

|  |  |   |  |    |
|--|--|---|--|----|
|  |  | Membeli antarlini produk/jasa                       | Saya dapat melakukan akad perjanjian produk BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung melalui <i>depcollector</i> BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung  | 13 |
|  |  |   | Saya dapat mengetahui lebih dalam terkait BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung melalui <i>depcollector</i>   | 14 |
|  |  | Merekomendasikan produk ke orang lain               | Saya memberikan saran kepada keluarga atau tetangga yang membutuhkan uang untuk bergabung menjadi anggota BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung dan menggunakan produknya                                 | 15 |
|  |  |   | Jika ada tetangga atau saudara yang ingin memiliki usaha tetapi tidak memiliki modal, saya sarankan untuk meminjam modal di BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung   | 16 |
|  |  |   | Saya menyarankan kepada teman, saudara, dan kerabat kerja saya untuk menjadi nasabah BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung karena kenyamanan yang saya rasakan selama menjadi nasabah di tempat tersebut. | 17 |
|  |  | Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing | Produk simpanan pada BMT lain juga tidak dikenai ujarah/upah   | 18 |
|  |  |   | Pada BMT lain memiliki produk yang sama dengan BMT Pahlawan Ngeplak Tulungagung, tetapi BMT yang lebih besar memiliki produk yang lebih banyak   | 19 |
|  |  |   | Saya merasa kenyamanan   | 20 |

|   |  |                 |  |    |
|---|--|-----------------|--|----|
|   |  |                 | yang diberikan oleh BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung sangat baik sehingga saya tidak berkenan untuk pindah ke BMT lainnya                         |    |
| 3 | Perilaku Konsumen (X3)<br>(Pandji Anoraga) | Budaya          | Berada di lingkungan yang memiliki tingkat konsumsi yang tinggi  | 21 |
|   |  |                 | Selalu memberi barang/jasa yang sedang diminati oleh banyak orang  | 22 |
|   |  | Sosial          | Memilih produk pembiayaan karena terpengaruh oleh lingkungan disekitar   | 23 |
|   |  |                 | Memilih produk pembiayaan karena sesuai dengan kebutuhan   | 24 |
|   |  | Pribadi         | Memilih produk pembiayaan karena kebutuhan hidup   | 25 |
|   |  |                 | Memilih produk pembiayaan karena sesuai dengan selera  | 26 |
|   |  |                 | Ketertarikan saya dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung berasal dari pengalaman saya sendiri                     | 27 |
|   |  | Psikologi       | Lebih percaya diri ketika memilih produk pembiayaan  | 28 |
|   |  |                 | Memilih produk pembiayaan karena sudah yakin akan keunggulan produk yang ditawarkan  | 29 |
|   |  |                 | Saya memilih pembiayaan murabahah pada BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung karena saya percaya terhadap cara kerja BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung | 30 |
| 4 | Kepuasan Nasabah (Y)                       | Kualitas produk | Tabungan BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung   | 31 |

|                |                    |  |    |
|----------------|--------------------|--|----|
| (Handi Irawan) |                    | memiliki kualitas yang baik  |    |
|                |                    | Buku tabungan di buat menarik  | 32 |
|                | Harga              | Bagi hasil yang diberikan sesuai akad  | 33 |
|                |                    | Minimnya biaya administrasi  | 34 |
|                | Kualitas pelayanan | Pelayanan teller yang sangat ramah   | 35 |
|                |                    | Cepatnya proses transaksi  | 36 |
|                | Kemudahan          | Proses transaksi sangat memudahkan nasabah                                   | 37 |
|                |                    | Prosedur dan persyaratan cukup ringan  | 38 |
|                | Faktor emosi       | Nasabah bangga memiliki produk tabungan di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung | 39 |
|                |                    | Nasabah senang bertransaksi dengan BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung         | 40 |

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian tidak merumuskan hipotesis langkah terakhir tidak dilakukan.<sup>18</sup> Beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

<sup>18</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 142

## 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur pengujian untuk melihat apakah alat ukur yang berupa kuesioner dapat mengukur dengan cermat atau tidak maka instrumen (Y) merupakan alat ukur yang cermat dan tepat.<sup>19</sup> Ketentuan validitas instrument shahih apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. instrument dikatakan valid jika memenuhi kriteria jika nilai  $r_{hitung} > r_{table} (a; n-2)$  dikatakan valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{table}$  dikatakan tidak valid.<sup>20</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks (koefisien) yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabel atau tidaknya suatu instrumen penelitian atau yang menggunakan angket dapat menggunakan alat ukur koefisien *cronbach's alpha* pada software SPSS versi 23. Interpretasi dari nilai *cronbach's alpha* untuk mengetahui reliabel yaitu sebagai berikut:<sup>21</sup>

- 1) Nilai *cronbach's alpha* 0,00 – 0,20 = kurang reliabel
- 2) Nilai *cronbach's alpha* 0,21 – 0,40 = agak reliabel
- 3) Nilai *cronbach's alpha* 0,41 – 0,60 = cukup reliabel
- 4) Nilai *cronbach's alpha* 0,61 – 0,80 = reliabel
- 5) Nilai *cronbach's alpha* 0,81 – 1,00 = sangat reliabel

<sup>19</sup> Sugiyono., *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 142

<sup>20</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.....*, hlm 166

<sup>21</sup> Ali maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Rawamangun, Alim's Publishing, 2016), hlm 256

### 3. Uji Normalitas

Menurut Sujianto, menjelaskan bahwa uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametrik. Tujuan dari dilakukannya uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Normal disini distribusi data yang normal. Data yang mempunyai distribusi normal merupakan salah satu syarat dilakukannya *parametric-test*. Untuk data yang tidak mempunyai distribusi tidak normal tentu saja analisisnya harus menggunakan *non parametric-test*. Menurut Santoso, uji normalitas adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistic diterapkan.<sup>22</sup> Uji normalitas menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23.0, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:<sup>23</sup>

- Angka signifikansi (SIG)  $> 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
- Angka signifikansi (SIG)  $< 0,05$ , maka data tidak berdistribusi normal.

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 71

<sup>23</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 52

yang berada di luar model. Menurut Nugroho, menyatakan jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.

*VIF* adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meingkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. *VIF* yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi akibatnya menurunkan nilai *t*. Menurut Sarwoko, beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinearitas yaitu: (1) membiarkan saja, (2) menghapus variabel yang berlebihan, (3) transformasi variabel multikolinearitas dan (4) menambah ukuran sampel.<sup>24</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, (2) titik data menyebar

---

<sup>24</sup> Agus Eko Sujianto., *Aplikasi Statistik dengan SPSS Untuk Pemula*, ( Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2007), hlm. 73



di atas dan di bawah atau sekitar angka 0 dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.<sup>25</sup>

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi yang terjadi antara anggota observasi yang terletak berderetan. Uji autokorelasi ini hanya digunakan untuk data *time series* atau runtut waktu, tidak untuk data *cross section* seperti data angket. Sehingga dalam penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi karena penelitian ini menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket.<sup>26</sup>

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi digunakan untuk meramalkan suatu variabel (variabel dependen)  $X_1$  berdasar suatu variabel atau beberapa variabel lain (variabel independen) dalam suatu persamaan linier, misal  $X_2$  dan  $X_3$ .<sup>27</sup>

$$X_1 = a + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Dimana :

$X_1$  = variabel dependen

$X_2 X_3$  = Variabel independen

$a$  = constant, perpotongan garis pada sumbu  $X_1$ .

$b_2$  dan  $b_3$  = koefisien regresi

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 73

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm.74

<sup>27</sup> Cornelius Trihendradi, *Statistik Inferen Teori Dasar dan Aplikasinya Menggunakan SPSS 12*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), hlm. 97-98

## 6. Pengujian Hipotesis

### a. Uji t (parsial)

T-test ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada output SPSS dilihat pada table *Coefficients*. Nilai dari uji t-test dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom Sig) pada masing-masing variabel independen, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau t-hitung (pada kolom t) lebih besar daripada t-tabel (dihitung dari *two-tailed*  $\alpha = 5\%$  df-k, k merupakan jumlah variabel independen – df = 40-2 =38).

Analisis table *Coefficients* untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya masing-masing variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
- 2) Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya masing-masing variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

### b. Uji F (bersama-sama)

Uji simultan dengan F-test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil F-test pada output SPSS dapat dilihat pada table ANOVA. Hasil F-test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom Sig) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau F hitung (pada kolom *F*) lebih besar dari F table. F table dihitung dengan cara  $df1 = k-1$ , dan  $df2 = n - k$ , k adalah jumlah variabel dependen dan independen.<sup>28</sup>

- 1) Apabila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya masing-masing variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.
- 2) Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya masing-masing variabel kualitas produk, loyalitas pelanggan, dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung.

c. Uji Koefisien determinasi

---

<sup>28</sup> Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), hlm. 53-54

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentase besarnya perubahan variabel terikat atau independen yang disebabkan oleh variabel bebas atau dependen. Dalam penelitian ini peneliti menghitung besarnya koefisien determinan dengan melihat *R square* yang diperoleh dari perhitungan menggunakan aplikasi *SPSS 23.0*.